

Marko Aaltonen

ASIAKASTYYTYVÄISYYSKYSELY
MERITEOLLISUUDESSA TOIMIVALLE
PK-YRITYKSELLE

Merenkulun koulutusohjelma

Insinööri

2014

Asiakastyytyväisyyskysely meriteollisuudessa toimivalle pk-yritykselle

Aaltonen, Marko
Satakunnan ammattikorkeakoulu
Merenkulun koulutusohjelma
Toukokuu 2014
Ohjaaja: Haapanen, Toni
Sivumäärä: 27
Liitteitä: 3

Asiasanat: asiakastyytyväisyys, meriteollisuus, huolto

Opinnäytetyön aiheena oli tehdä asiakastyytyväisyyskysely toimeksiantajalle ja etsiä uusia palveluita joita se voisi asiakkailleen tuottaa. Työn avulla pyrittiin löytämään uusia palveluita joille olisi kysyntää.

Koko tutkimus perustui asiakastyytyväisyyskyselyyn joka tehtiin verkossa. Kysely lähetettiin ennalta valituille nykyisille asiakkaille.

Kyselyn avulla tutkittiin nykyisten asiakkaiden mielipiteitä yrityksen eri osa-alueista. Vastauksista voitiin tehdä johtopäätöksiä tiettyjen kysymysten vastausten perusteella.

Muutamista vastauksista voitiin todeta että uusille palveluille olisi tarvetta ja niitä arvioitiin tässä työssä. Nämä ehdotukset olisivat mahdollisesti toteutettavissa ilman suuria rahallisia panostuksia.

Customer satisfaction survey for company operating in marine industry

Aaltonen, Marko

Satakunnan ammattikorkeakoulu, Satakunta University of Applied Sciences

Degree Programme in Maritime Management

May 2014

Supervisor: Haapanen, Toni

Number of pages: 27

Appendices: 3

Keywords: customer satisfaction, survey, development, services

The purpose of this thesis was made a customer satisfaction survey for a client and find the new services that they can provide to the customers. The aim was to find the new services for which would be demand.

Entire research was based on a customer satisfaction survey which was carried out on internet. The survey was sent to pre-selected current customers.

The survey was used to study the opinions of the company's existing customers in different areas. The responses were to draw conclusions on the basis of answers to the questions.

Some of the answers could be concluded that the new services would be needed and they were assessed in this work. These suggestions were potentially feasible without major financial investments.

SISÄLLYS

1	JOHDANTO.....	5
2	TEOREETTINEN VIITEKEHYS	6
2.1	Palvelu.....	6
2.2	Palvelun laatu.....	6
2.3	Asiakastyytyväisyys.....	7
2.4	Tiedonkeruu	8
3	TOIMEKSIANTAJA JA SEN PALVELUT.....	9
3.1	Toimeksiantaja.....	9
3.2	Palvelut	9
4	ASIAKASTYYTYVÄISYYSKYSELYN TOTEUTUS	11
4.1	Toteutus.....	11
4.2	Kysymykset.....	11
5	KYSELYN TULOKSET	13
5.1	Strukturoidut kysymykset	13
5.2	Avoimet kysymykset	22
6	JOHTOPÄÄTÖKSET JA YHTEENVETO.....	24
6.1	Johtopäätökset tulosten pohjalta	24
6.2	Suosituksset	25
6.3	Yhteenveto	25
	LÄHTEET	27
	LIITTEET	

1 JOHDANTO

Tekijä on käynyt läpi erilaisia opinnäytetyönaiheita ja päättänyt tekemään opinnäytetyön Marine Diesel Finland Oy:n asiakastyytyväisyyskyselystä. Aihe sopi tekijälle hyvin johtuen hänen luonteestaan, joka pyrkii kehittämään eri työmenetelmiä ja tapoja niin että ne joko sujuvat nopeammin tai helpommin. Aiheesta hyötyivät myös niin tilaaja kuin tekijäkin. He saivat asiakastyytyväisyyskyselyn tulokset ja tekijä materiaalin opinnäytetyöhön. Opinnäytetyön tekemistä helpotti myös se että tekijä työskentelee kyseisessä yrityksessä.

Työn tavoitteena oli selvittää asiakkaiden tämänhetkinen tyytyväisyys Marine Diesel Finland:iin ja pyrkiä selvittämään mitä palveluita he haluaisivat kyseisen yrityksen tarjoavan. Tavoitteena oli saada edes yksi sellainen idea josta voisi kehittää uuden palvelun tarjottavaksi. Myös yrityksen internet sivujen parannusehdotuksia toivottiin.

Tutkimusmentelmänä käytettiin kyselytutkimusta joka on erittäin sopiva juuri tällaiseen asiakastyytyväisyyskyselyyn perustuvaan tutkimukseen. Hirsjärven, Remeksen ja Sajavaaran (2009, 195.) mukaan tällaisen tutkimuksen etuja ovat laaja aineisto, monipuoliset kysymykset sekä se on aikaasäästävä ja kohtalaisen vaivaton. Kyselyyn on kiinnitettävä huomiota jotta tulokset voidaan analysoida ja käsitellä helpommin. Tämän tyyppisen tutkimuksen miinuspuolia ovat tulosten tulkittavuus, luotettavuus, pinnallisuus ja kato.

2 TEOREETTINEN VIITEKEHYS

2.1 Palvelu

Koska palvelu on monimutkainen ilmiö, voi sen merkitys vaihtua tuotteesta aina henkilökohtaiseen palveluun. Jos myyjä spesifioi jonkin tuotteen asiakkaan toiveiden mukaan, tulee siitä palvelu. Palvelu on sikäli erikoista että sitä voidaan myydä ja ostaa mutta se ei ole mitään konkreettista. Palvelussa pitää kuitenkin olla kaksi osapuolta. Joissain tilanteissa itse palvelun ostaja ei välttämättä näe koko palvelua. (Grönroos 1998, 48-51.)

Grönroosin (1998, 53.) mukaan palvelulla on neljä perustekijää:

1. Palvelu on aineeton.
2. Palvelu on teko tai tekojen sarja.
3. Ne tuotetaan ja kulutetaan osittain samanaikaisesti.
4. Asiakas osallistuu palvelun tuottamiseen osittain.

Palvelu onkin siis aineeton eikä sitä voida varastoida. Koska se tuotetaan ja käytetään samaan aikaan, lakkaa se olemasta sen jälkeen. Itse asiassa sitä ei ole olemassa vaan se syntyy tietyllä tapahtumahetkellä. Asiakas toimii palvelun määrittäjänä jolloin hän osallistuu sen tuottamiseen. Palvelun laatua on hankalaa valvoa koska se on harvoin täysin samanlaista. Palvelu ei ole mitään kiinteää jolloinkaan sitä ei voi palauttaa eikä korjata mutta sen voi asiakas pyytää uudelleen. (Ylikoski 1999, 21-26.)

2.2 Palvelun laatu

Palvelun laadussa on kaksi ulottuvuutta, tekninen- ja toiminnallinen-ulottuvuus. Tekninenulottuvuus on se minkälaisen mielikuvan asiakas saa prosessin jälkeen ja toiminnallinenulottuvuus se miten hän on saanut palvelun sekä miten se on toteutettu. Yrityksen on aina pyrittävä siihen millainen imago heistä on asiakkaalle. Sen pi-

tää olla hyvä ja luotettava, sillä niin saatetaan saada pieniä virheitä anteeksi. (Grönroos 1998, 62-63.)

Jos yritys ei voi kilpailla tuotteen laadulla, sen täytyy palveluaan yksilöllisesti muok-
kaamalla luoda kilpailuvaltti muihin yrityksiin. (Grönroos 1998, 62-65.) Yrityksessä
on ymmärrettävä asiakkaan tarpeet ja toiveet jotta se voi parantaa palveluaan, sillä
jos yritys epäonnistuu on sen hankalaa korvata menetettyä aikaa ja rahaa asiakkaalle.
Voidaan olettaa että tyytyväinen asiakas käyttää jatkossakin yrityksen palveluja.
(Lovelock & Wirtz 2007, 32.)

2.3 Asiakastyytyväisyys

Yrityksen laatu muodostaa hyvän asiakastyytyväisyyden joka koostuu annettujen lu-
pausten pitämisestä ja asiakkaista välittämisestä. Jotta asiakkaat saataisiin ostamaan
yrityksen tuotteita ja palveluita uudelleen, on heidät pidettävä tyytyväisinä. Kun
asiakas pidetään tyytyväisenä, markkinoi se yritystä ja itse markkinointi kuluissa
säästetään. (Grönroos 2001, 64-65.)

Menestymisen edellytyksinä ovat asiakaskeskeisyys ja asiakastyytyväisyys. Tällöin
toimintaketjussa asiakkaan tarpeet tulee ottaa huomioon. Tämä näkyy suoraan yri-
tyksen tuloksessa. (Ylikoski 1997, 9.)

Yrityksen tulee panostaa enemmän asiakastyytyväisyyteen kuin markkinaosuuteen
sillä markkinaosuus kuvastaa mennyttä aikaa mutta hyvä asiakastyytyväisyys luo pe-
rustaa valoisalle tulevaisuudelle. Kun asiakastyytyväisyys pidetään korkealla saadaan
heidät todennäköisemmin pidettyä. (Kotler 2005, 13.)

Koska etenkin Suomalaiset ovat huonoja antamaan palautetta he eivät kerro huonois-
ta kokemuksistaan yritykselle vaan saattavat puhua niistä eteenpäin. He vain lopetta-
vat asioimisen kyseisessä yrityksessä. Tällaisissa tapauksissa jää epäselväksi miksi
asiakassuhde päättyi. Tällöin yritys ei voi korjata virhettään ja näin saattaa päästä
käymään uudelleen. Yrityksen on hyvä tutkia asiakastyytyväisyyttään koska ilman

asiakkaiden palautetta on hankalaa kehittää yritystä ja palveluja. (Lahtinen & Isoviita 1994, 5.)

2.4 Tiedonkeruu

Tiedonkeruutavassa määrääviä tekijöitä ovat mm. tutkimuksen tavoitteet, laatu, asetelmat, tietosisältö, otanta, tavoiteltu vastausten määrä sekä kustannukset. Tiedonkeruutapaan vaikuttavia tekijöitä ovat niinkään käytettävissä oleva aika ja tulosten laatu. Erilaiset tiedonkeruutavat mahdollistavat erilaiset otoskoot.

(Tilastokeskuksen [www-sivut](#) 2014)

Internet-pohjaisessa tiedonkeruussa hyvinä puolina ovat nopeus ja edullisuus mutta huonona puolena tulosten edustavuus ja se vain harvoin täyttää tilastollisen tutkimuksen laatukriteerit. Tällainen tiedonkeruutapa sopii oikeastaan vain yritys ja yhteiskyselyihin.

(Tilastokeskuksen [www-sivut](#) 2014)

3 TOIMEKSIANTAJA JA SEN PALVELUT

3.1 Toimeksiantaja

Työn toimeksiantajana on Marine Diesel Finland Oy. Yrityksen päätoimipaikka sijaitsee Liedossa ja sillä on sivutoimipiste Hietalahden telakan alueella Helsingissä. Yritys työllistää tällä hetkellä noin neljäkymmentä henkilöä.

Se on yli kaksikymmentä vuotta tarjonnut erilaisia palveluita pääasiassa aluksille sekä telakoille. Työalue on maailmanlaajuinen. (Marine Diesel Finland Oy:n www-sivut 2014)

3.2 Palvelut

Tällä hetkellä eniten työllistävä vaikutus on laivojen moottoreiden määräaikaishuolloilla. Marine Diesel huoltaa ja korjaa monien eri valmistajien moottoreita joista Wärtsilä 32 sarjan moottorit ovat kaikkein yleisimpiä johtuen siitä että se on yleinen moottori tyyppi laivoissa. Marine Diesel on Caterpillarin valtuutettu huolto. Caterpillareissa keskitytään merimoottoreihin. Mallisarjat 3400 – 3600 ovat tyypillisiä huolto kohteita. Myös muita merkkejä kuten MAN, MAK, Pielstick, Sulzer, Volvo ja Scania tulevat välillä huollon tai korjauksen kohteeksi.

Marine Diesel tarjoaa myös erilaisten propulsiolaitteiden, kansikoneistojen ja muiden koneikkojen huoltoa ja asennusta. Se on CAT varaosien, Ingersoll Rand starttimootto-
reiden sekä KEMEL tiivisteiden jälleenmyyjä. Marine Diesel tarjoaa telakoille alihankintana laitteistojen asennusta ja käyttöönotto-
tehtäviä. Joillain asentajilla on erilaisia merenkulun pätevyyskirjoja ja merenkulku taustaa tai he ovat muuten erikois-
tuneet käyttöönotto-
tehtäviin.

Yritys tarjoaa koneistus palveluina mm. koneen osien työstöt ja puhdistukset joita ovat esimerkiksi hoonaus, venttiilien ja seetien hionnat, tiivistepintojen kunnostus sekä lämmönvaihtimien ja osien pesut. Myös polttoainepumppujen ja venttiilien huollot sekä koeponnistukset pystytään tekemään. Nämä ovat yleisimmin tarjottuja palveluita mutta yritys tekee lähes kaikki alan huolto, korjaus ja asennustehtävät, mukaan lukien konservoinnit palon tai uppoamisen jäljiltä. (Marine Diesel Finland Oy:n [www-sivut](#) 2014)

4 ASIAKASTYYTYVÄISYYSKYSELYN TOTEUTUS

4.1 Toteutus

Saatekirje

Kohde henkilöille lähetettiin saatekirje (Liitteet 1 ja 2). Saatekirjeessä kerrottiin teijästä hieman ja siitä että tämä kysely on osana hänen opinnäytetyötään. Vastaajat sijaitisivat ympäri maailmaa.

Mittari ja sen testaus

Kysely päätettiin toteuttaa selainpohjaisella kaavakkeella joka laadittiin Googlen työkalujen avulla. Tämä siksi, jotta vastaaminen olisi mahdollisimman yksinkertaista ja nopeaa sekä vastaukset tulevat samaan paikkaan, jolloin niitä ei tarvitse etsiä eri paikoista.

Kysely laadittiin suomeksi sekä englanniksi.

Googlen tarjoamat palvelut olivat yksinkertaisia käyttää ja ne myös ilmaisia.

Asiakastyytyväisyydestä sai kirjoittaa myös sähköpostiin tai soittamalla opinnäytetyön tekijälle, mutta näin ei kukaan vastaajista kuitenkaan tehnyt. (Liite 3)

Kyselyä testattiin eri internet selaimilla, jolla sen toimivuus varmistettiin koska ei voitu tietää mitä selainta vastaaja käyttää.

Kysely julkaistiin vasta sen jälkeen netissä.

Tilastot

Suomenkielisiä kirjeitä lähetettiin yhteensä 53 kappaletta ja englanninkielisiä 11 kappaletta.

Vastauksia tuli yhteensä vain 16 kappaletta, jotka olivat kaikki suomenkielisiä. Näin ollen vastausprosentiksi jäi 25 %. Vastauksia olisi voinut tulla enemmän mutta tähän määrään oltiin kuitenkin tyytyväisiä.

4.2 Kysymykset

Ensin laadittiin kysymysten runko johon toimeksiantaja kertoi mielipiteensä ja joiden perusteella lopullinen kysely laadittiin.

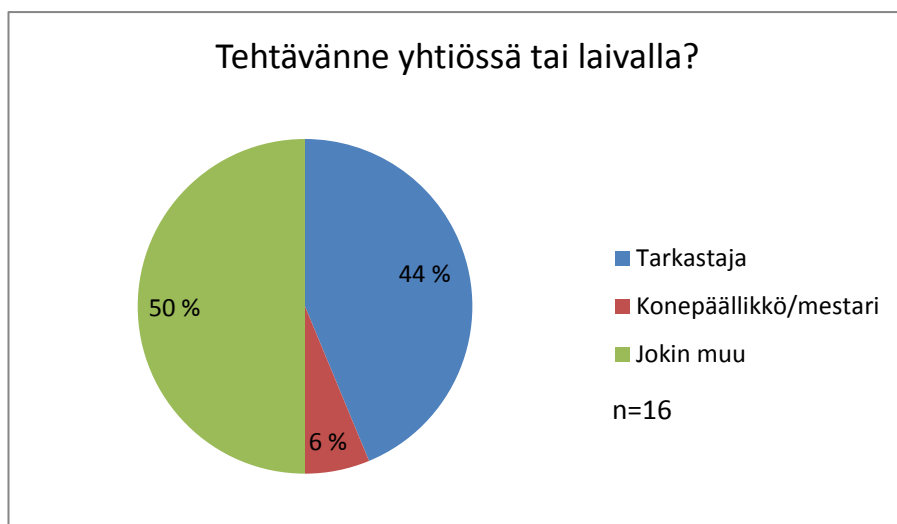
Suurin osa kysymyksistä oli strukturoituja. Muutamaan kysymykseen pyydettiin vastaamaan avoimesti kirjoittamalla ja nämä kysymykset olivat ne joiden vastauksia odotettiin eniten.

5 KYSELYN TULOKSET

Tässä luvussa käsitellään tulokset kahdessa osassa. Ensin keskitytään käsittelemään strukturoidut kysymykset, joiden jälkeen käsitellään avoimiin kysymyksiin saadut vastaukset.

5.1 Strukturoidut kysymykset

Ensimmäisenä kysymyksenä (Kuvio 1.) kysyttiin tehtävää organisaatiossa tai aluksella. Vaihtoehtoiksi valittiin tarkastaja, konepäällikkö/konemestari tai joku muu. Näin siksi, koska henkilöt jotka useimmin ovat yhteydessä yritykseen ovat kyseisissä asemissa sekä kyselyn kohteet olivat pääasiassa tarkastajia sekä konemestareita. Vastaukset hieman yllättivät kohdan jokin muu ja kohdan konepäällikkö/konemestari osalta koska arvioitiin että aluksen henkilökunta vastaisi enemmän kyselyyn. Jokin muu kohdassa sai halutessaan kirjoittaa asemansa ja sieltä löytyi mm. ostaja.



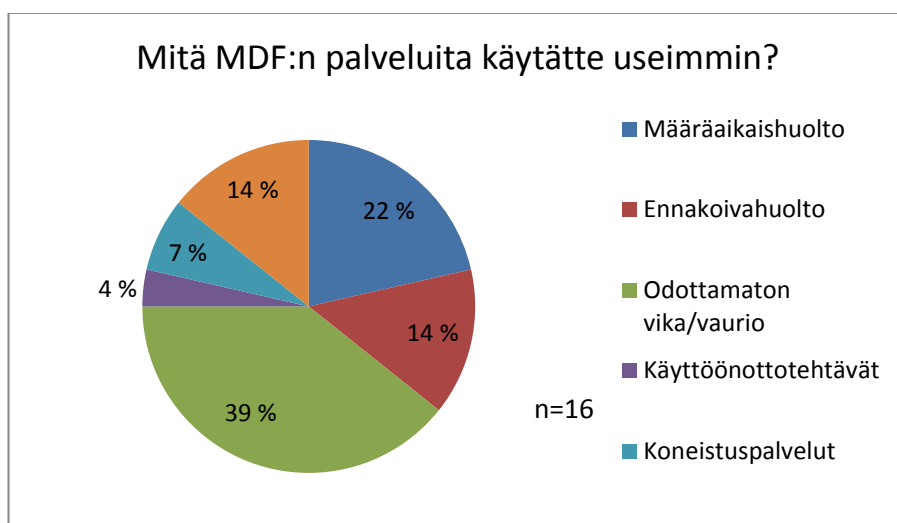
Kuvio 1.

Toisessa kysymyksessä (Kuvio 2.) kysyttiin useimmin käytettyjä palveluita. Vastausvaihtoehdoiksi annettiin ennakoihuolto, määräaikaishuolto, odottamaton vika/vaurio, käyttöönottoehtävät, koneistuspalvelut ja jokin muu. Jokin muu kohtaan sai kirjoittaa käyttämänsä palvelun ja ne olivat pääosin yrityksen edustamien tuotteiden hankkimisia. Käyttöönottoehtävien kohdalle tuli vain yksi rasti, joka oli odotettavissa, koska kyselyn teko hetkellä vain kahdella telakalla oli kyseisille palveluille tarvetta. Koneistuspalveluihin tuli kaksi rastia, mikä on ymmärrettävää sillä yritys ei varsinaisesti ole koneistamo.

Ennakoiva- ja määräaikaishuollot olivat noin kolmas osa vastauksista. Tämä saattaa johtua yrityksen edustamien tuotteiden takuehtojen täyttymisestä ja myös siitä, että asiakas luottaa yrityksen ammattitaitoon ja kykyyn suorittaa kyseisiä töitä luotettavasti.

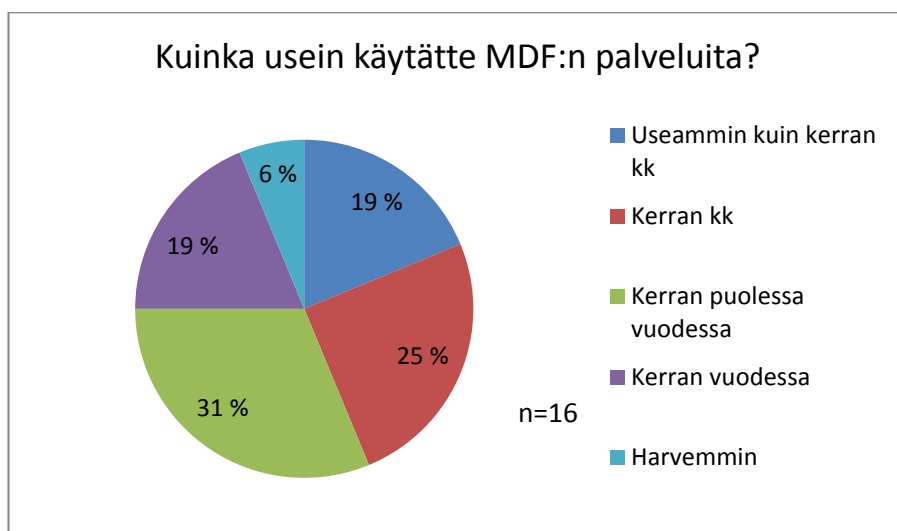
Eniten rasteja sai kohta odottamaton vika tai vaurio. Voidaan olettaa vastausten määrän johtuvan siitä, että yritykseen voidaan ottaa yhteyttä milloin vain ja apua saadaan tarvittaessa liikkeelle hyvinkin pienellä varoitus ajalla. Myös se asia että yrityksellä on kymmenien vuosien kokemus ja laajasti tietoa eri laitteista ja valmistajista saattaa vaikuttaa asiakkaan päätökseen turvautua heihin.

Tämän kohdan vastauksista voimme todeta kolme neljäsosaa tarjotuista palveluista on erilaiset huolto- ja korjaustyöt.



Kuvio 2.

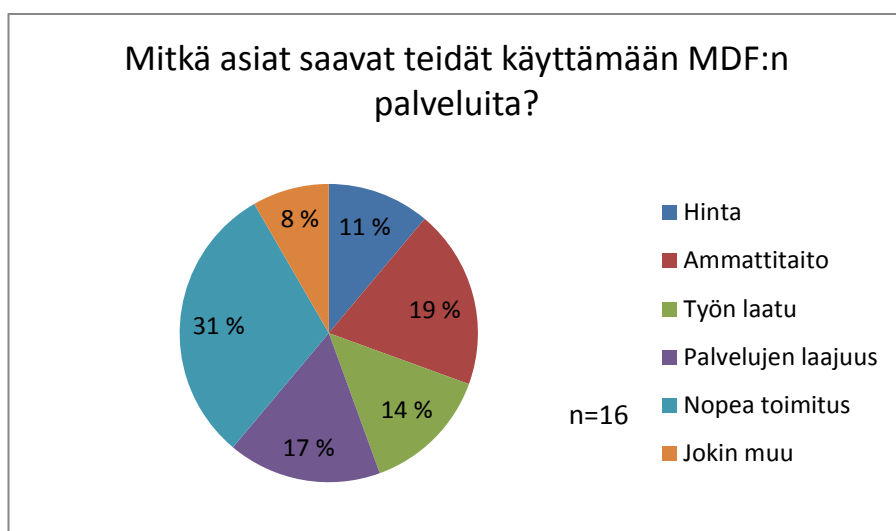
Kolmantena kysymyksenä (Kuvio 3.) kysyttiin, kuinka usein vastaajan yritys käyttää yrityksen palveluita. Vaikka osa vastasi kerran vuodessa tai harvemmin, ei tämä välttämättä tarkoita sitä, että he olisivat tyytymättömiä palveluihin sillä jos esimerkiksi alukselle tulee vähän käyttötunteja niin sitä ei tarvitse huoltaa niin usein. Vastaajien joukossa saattoi olla myös asiakkaita, jotka esimerkiksi ostavat jonkin hinnakkaamman tuotteen joka, kestää pitkään. Vastakohtana ovat yritykset, joiden alukset ovat jatkuvasti liikenteessä ja koneistoille tulee käyttötunteja runsaasti niin siinä tapauksessa myös niitä pitää huoltaa useammin tai vaihtoehtoisesti he ostavat jotain kulusosia säännöllisin väliajoin.



Kuvio 3.

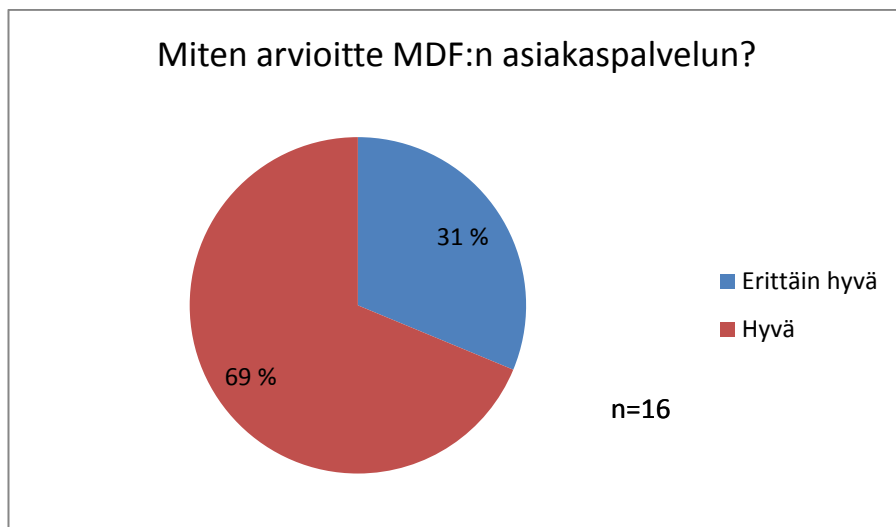
Neljänneksi kysyttiin (Kuvio 4.), mitkä asiat saavat vastaajan yrityksen käyttämään Marine Dieselin palveluita. Tässä kysymyksessä oli monivalinta mahdollisuus. Jokin muu kohdassa oli tarkennuksina yrityksen (Marine Dieselin) edustama tuote. Kohta hinta sai neljä rastia. Usein tämän tyyppinen yritys on edullisempi vaihtoehto kuin laitteen valmistajan oma huolto. Kohta työn laatu sai vain viisi rastia ja tutkijan mielestä tätä kannattaisi miettiä miksi vain viisi? Myös kohta ammattitaito sai seitsemän rastia. Olisiko näillä asioilla jokin yhteys?

Palvelujen laajuus sai kuusi rastia ja sikäli ymmärrettävää on se että yritys tarjoaa tiettyjä palveluja joihin se on erikoistunut. Kohta, nopea toimitus sai eniten ääniä ja kuvastaa sitä että yritys ottaa heti tai mahdollisimman pian asian hoitaakseen eikä se jää niin sanotusti pöydälle pyörimään.



Kuvio 4.

Viidentenä kysyttiin asiakaspalvelun toimivuutta (Kuvio 5.). Kaikki vastaukset olivat joko erittäin hyvä tai hyvä. Tämä voisi johtua siitä että asiakkaihin suhtaudutaan vakavasti ja heidän kanssaan keskustellaan asiallisesti. Tämän tyyppisessä yrityksessä, joka on täysin riippuvainen asiakassuhteista, on oltava hyvä ja toimiva asiakaspalvelu. Tutkijan mielestä hyvä tavoitettavuus on yksi avain tekijä tässä asiassa sekä se että tarvittaessa palvellaan muillakin kuin suomenkielellä.



Kuvio 5.

Kuudentena kysyttiin tarjouksen tarpeita teknisesti (Kuvio 6.). Kohtaan osittain vastasi kaksi. Se, miksi näin, lieene ollut tarjousta pyytäessä epävarmaa tai ei jompikumpi osapuoli ole ollut täysin tietoinen ongelmasta. Kuitenkin loput neljätoista vastasivat, että tarjous vastasi teknisesti täysin tarpeita. Tämä varmasti siksi, koska tarjouksen pyytäjä ja antaja ovat ammattilaisia sekä ymmärtävät ja tietävät erilaisia teknisiä ratkaisuja.

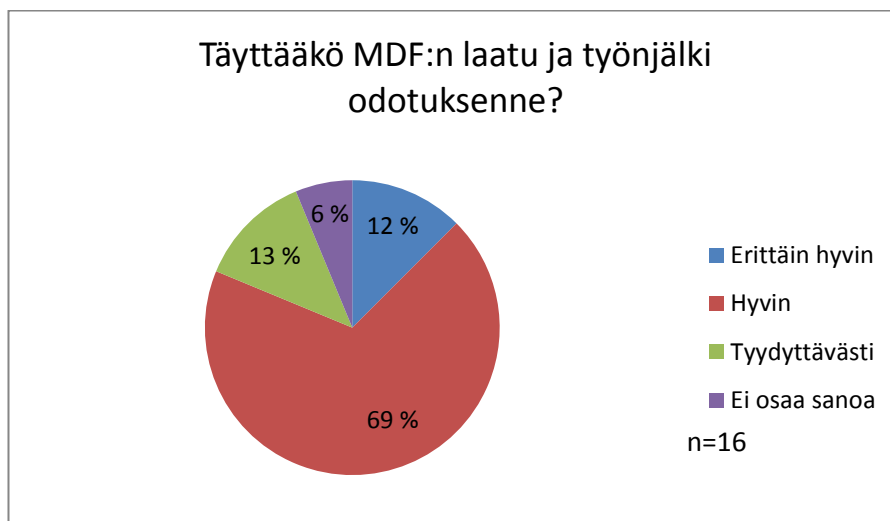


Kuvio 6.

Seitsemäs kysymys koski työnjälkeä ja laatua (Kuvio 7.). Yksi rasti tuli kohtaan ei osaa sanoa, johtuuko tämä siitä että hän on käyttänyt jotain sellaista yrityksen palvelua jossa ei näy suoraan työnjälkeä tai laatua. Esimerkiksi tuotteen osto?

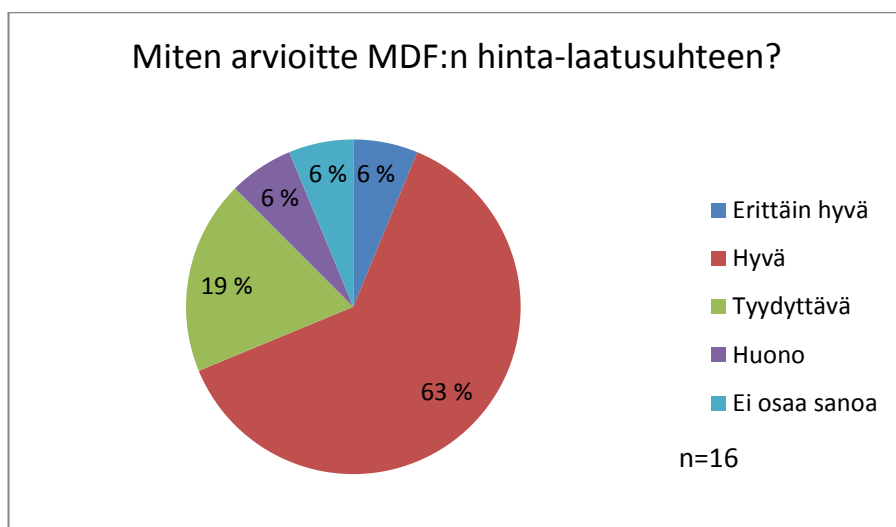
Kohta tyydyttävästi sai kaksi rastia. Ilmeisesti nämä asiakkaat eivät ole täysin tyytyväisiä yrityksen laatuun tai työnjälkeen. Ovatko he tottuneet vieläkin parempaan vai onko näiden asiakkaiden kohdalle sattunut jotain tai onko asialla ollut kokemattomampi työntekijä?

Valtaosa oli hyvin tai erittäin hyvin tyytyväisiä työnlaatuun ja jälkeen.



Kuvio 7.

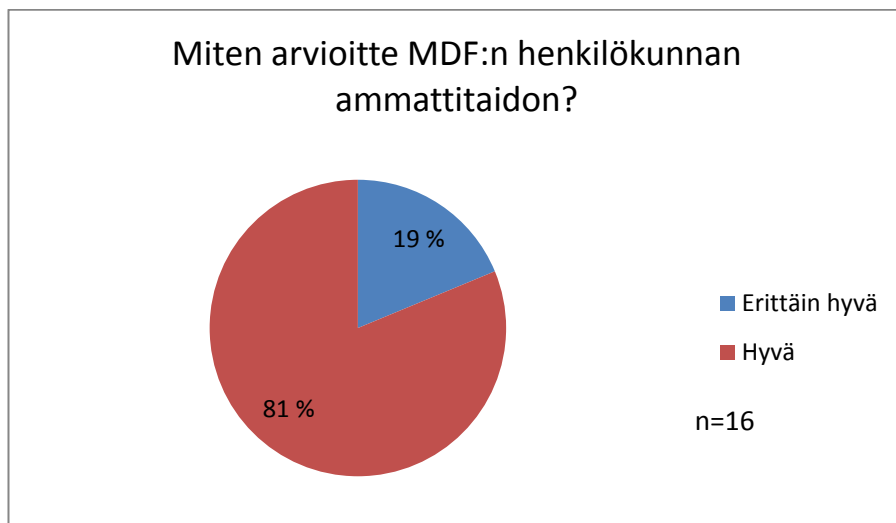
Kahdeksas kysymys koski hinta-laatusuhdetta (Kuvio 8.). Yksi ei osannut sanoa, jöh-tuneeko tämä siitä, että hän on käyttänyt ensimmäisen kerran yrityksen palvelua tai kyseessä on ollut niin uniikki palvelu, jolle ei ole ollut vertailupohjaa. Yksi vastasi, että hinta-laatusuhde on huono. Ilmeisesti hän on saanut jostain saman palvelun huomattavasti halvemmalla tai hän ei ole ollut tyytyväinen laatuun. Kolmen vastaa-jan mielestä hinta-laatusuhde on tyydyttävä. Kymmenen mielestä hyvä ja yhden mie-lestä jopa erittäin hyvä. Kuitenkin enemmistö vastaajista oli tyytyväisiä jolloin voi-daan myös ajatella että yritys myy palvelujaan halvalla tai vaihtoehtoisesti se on laa-dukasta jos ajatellaan sanontaa hyvästä ja halvasta.



Kuvio 8.

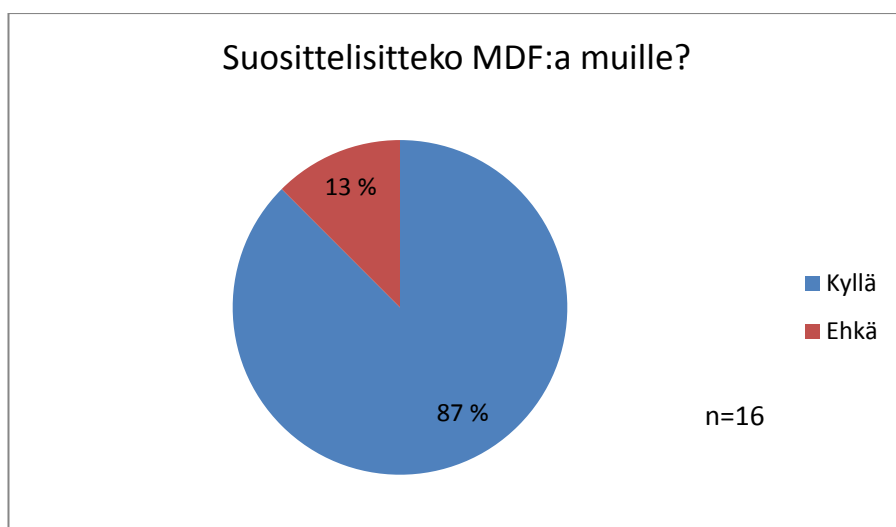
Yhdeksännessä kysymyksessä kysyttiin henkilökunnan ammattitaidosta (Kuvio 9.). Tässä kyselyssä ei eritelty työntekijöitä, työnjohtoa ja myyntiä/asiakaspalvelua vaan kaikki eri henkilöstöryhmät ovat tämän kysymyksen alla. Tällöin palvelun tilaaja ei välttämättä näe itse työn suoritusta, vaan tieto kulkee tilaavan yrityksen sisällä. Vastauksista voidaan kuitenkin todeta, että kaikki vastaajat ovat olleet vakuuttuneita henkilökunnan ammattitaidosta. Tämä saattaa myös johtua siitä asiasta että määrättyt henkilöt hoitavat tiettyjä töitä, jotka ovat heille tuttuja.

Mutta kyselyyn vastaajien lukumäärän vähyydestä osa voi myös johtua siitä, että he eivät esimerkiksi ole lainkaan vakuuttuneita yrityksen henkilökunnan ammattitaidosta ja jonkin muun tahon vuoksi ovat käyttäneet yrityksen palveluja.



Kuvio 9.

Viimeisenä rasti ruutuun kysymyksenä kysyttiin voiko Marine Dieseliä suositella muille (Kuvio 10.). Vastaajista kaksi oli epävarmoja ja vastasivat ehkä. Lähes kaikki vastaajat kuitenkin uskaltavat suositella yritystä muillekin. Täten voi todeta, että he ovat kauttaaltaan tyytyväisiä yritykseen ja kaikkiin sen osa alueisiin. Pienet yksittäiset tekijät voivat kuitenkin vaikuttaa siihen, että nuo kaksi vastaajaa vastaisivat seuraavan kerran kysyttäessä kohtaan kyllä. Tai päinvastaisesti, jos jossain asiassa menee pieleen niin nuo neljätoista vastausta voivat olla kohdassa ehkä tai jopa kohdassa ei.



Kuvio 10.

5.2 Avoimet kysymykset

Avoimilla kysymyksillä tavoiteltiin tarkempia vastauksia tai ideoita siihen, miten yrityksen palveluja voitaisiin edelleen kehittää.

Kyselylomakkeessa oli yhteensä kolme avointa kysymystä.

Näistä ensimmäisenä oli kysymys; mitä uusia asioita haluaisitte esitettävän Marine Diesel Finland:n nettisivuilla? ja liitteenä oli vielä linkki yrityksen sivuille.

Kysymykseen saatiin kaksi vastausta. Ensimmäinen vastaaja toivoi hinnastoa yleisille verstaas/koneistus töille.

Toinen vastaaja toivoi Marine Diesel Finland:n edustamien tuotteiden tiedot tai linkit valmisjien sivuille.

Toisena kysymyksenä kysyttiin mitä uusia palveluita haluaisitte Marine Dieselin tarjoavan?

Tähän vastasi vain kaksi vastaajaa mutta vastaukset olivat kuitenkin hyviä ja toteuttamiskelpoisia.

Ensimmäinen vastaaja toivoi kansikoneiden (vinssien) huoltoa sekä pelastusveneiden taavettien huoltoa/määräaikaistarkastuksia.

Toinen vastaaja toivoi pienempien dieselmoottoreiden peruskorjauksia.

6 JOHTOPÄÄTÖKSET JA YHTEENVETO

6.1 Johtopäätökset tulosten pohjalta

Palvelujen selkeämpi hinnoittelu

Eräs vastaajista toivoi nettisivuille näkyviin hinnastoa verstaadoille, saattaisi se olla ainakin osittain toteuttavissa. Esimerkiksi kiinteähintaisia töitä voisi olla esimerkiksi; kiertokangen yläpään laakerinvaihto, sylinterikannen tiivistepinnan koneistus, venttiilin ohjurin vaihto, seetin vaihto jne. Yleisesti suurin osa töistä joita tehdään rutiinin omaisesti ja joita tulee usein. Toki hinnasto pitäisi jakaa niin että suuret, keskikokoiset ja pienet osat ovat erihintaisia koska niihin kuluu eri määrä työaika.

Pienempien dieselmoottoreiden peruskorjaukset osaksi palveluja

Yksi vastaajista toivoi pienempien dieselmoottoreiden peruskorjauksia. Tähän olisi ollut hyvä laittaa minkä kokoluokan moottoreista on kyse? Jos kyseessä on kuorma-auton moottorin kokoisista koneista luokkaa noin 6-12 litraa niin niitä on välillä työnalla. Olisiko tästä hyvä mainita esimerkiksi yrityksen nettisivuilla tai mahdollisesti jossain veneily- tai merenkulunjulkaisuissa? Koska yrityksestä löytyy paljon kokemusta myös näistä pienimmistä moottoreista saattaisi näitä moottoreita tulla korjattavaksi esimerkiksi silloin kun on hiljaisempia aikoja ja näin ollen työllistäisi muutamia työntekijöitä verstaalla.

Kansikoneistojen huolto

Kaikista vastauksista eniten huomioitava oli vastaus jossa toivottiin kansikoneiden ja pelastusvene taavettien huoltoa sekä määräaikaistarkastuksia. On olemassa yrityksiä jotka ovat erikoistuneet pelkästään näihin osa-alueisiin jolloinka voi olla haastellista yrittää niille markkinoille. Mutta huomioidessa aiemmista vastauksista yhtenä Marine Dieselin vahvuuksista oli hinta-laatusuhde ja ammattitaito niin saattaisiko asiakas alkaa miettiä tai etsiä uusia tekijöitä kansikoneiden ja taavettien huoltoon sillä heidän nykyiset huoltoyritykset voivat olla turhan hintavia?

6.2 Suositukset

Marine Dieselillä on kokemusta kansikoneista ja osalla asentajista on vahva ammattitaito tällaisista laitteista jolloin heidän kokemustaan voitaisiin hyödyntää myös silloin kun vastaavia asennustöitä ei ole käynnissä.

Taavettien kuten muidenkin kannella olevien laitteiden määräaikaishuolto on tärkeä tehtävä laitteiden toimivuuden takaamiseksi ja huomioon ottaen laivojen nykyiset miehistö määrät, saattavat nämä huollot jäädä tekemättä suuren työtaakan vuoksi. Tällaisissa tapauksissa varustamo saattaa päätyä ostamaan palvelun ulkopuolelta jolloin se varmistuisi siitä, että huollot ovat tehty aikataulun mukaisesti ja huolella.

Kansikoneiden ennakoivahuolto on tärkeä toimenpide jolla ehkäistään suuret ja kalliit korjaukset. Tätä asiaa kaikki kansikoneiden huolloista vastaavat henkilöt eivät välttämättä osaa huomioida.

Kansikoneille on tehtävä laaja huolto/tarkastus kerran vuodessa. Jos alus on menossa telakalle on noin puolivuotta aikaisemmin selvitettävä mitä mahdollisia varaosia laitteistoihin tarvitaan sillä toimitusajat voivat olla pitkiä. (Rolls-Royce 2012, 22.)

Itse työnä tällaiset huollot eivät välttämättä ole kovinkaan haasteellisia mutta välillä olosuhteet voivat olla huonoja (sää, melu, likaisuus...). Tällöin on tarkkaan katsottava millaisen työntekijän kohteeseen lähettää jotta hän suhtautuisi työkohteeseen vakavasti, välittämättä häiriötekijöistä. Osassa laitteita saattaa esimerkiksi rasvattavat kohdat olla hankalissa paikoissa ja ne voivat helposti jäädä rasvaamatta. Tällöin voi huoltotyöt kyseisessä yhtiössä jäädä hyvinkin lyhyeksi ja sana levitä nopeasti jolloin muutkaan varustamot eivät uskalla tilata enää huoltopalveluja.

6.3 Yhteenveto

Opinnäytetyön tarkoituksena oli tehdä asiakastyytyväisyyskysely Marine Diesel Finland Oy:lle sekä löytää uusia palvelu tarpeita asiakkaiden toimesta. Nämä toiveet py-

rittiin löytämään asiakastyytyväisyyskyselyn avulla jossa yhtenä kysymyksenä oli mitä uusia palveluita haluttiin Marine Diesel Finland Oy:n tarjoavan heille.

Kysely oli netti pohjainen ja siihen vastaaminen pyrittiin tekemään mahdollisimman helpoksi. Kysely lähetettiin kuudellekymmenelle neljälle nylyiselle asiakkaalle jotka olivat ennalta valittuja.

Vastausten joukosta muutama toteuttamiskelpoinen ehdotus käsiteltiin tässä opinnäytetyössä. Nämä uudet palvelut eivät aiheuttaisi suuria investointeja.

Kyselyn vastausten perusteella voitiin todeta että tällä hetkellä asiakkaat ovat kohtalaisen tyytyväisiä yritykseen ja sen toimintatapoihin. He uskaltaisivat myös suositella Marine Diesel Finland:ia muille.

LÄHTEET

Grönroos, C. 1998. Nyt kilpaillaan palveluilla. Porvoo. WSOY.

Grönroos, C. 2001. Palvelujen johtaminen ja markkinointi. Porvoo. WS Bookwell Oy

Hirsjärvi, S., Remes, P. & Sajavaara, P. 2009. Tutki ja kirjoita. Helsinki. Tammi.

Kotler, P. 2005. Markkinoinnin avaimet: 80 konseptia menestykseen. Helsinki. Re-adme.fi

Kotler, P. & Keller, K.L. 2006. Marketing management 12. Upper Sadle River. Pearson Prentice Hall.

Lahtinen, J. & Isoviita, A. 1994. Asiakaspalvelu. Kokkola. KP Paino.

Lovelock, C & Wirtz, J. 2007. Services marketing. Upper Sadle River. Pearson Prentice Hall.

Marine Diesel Finland internet sivut 2014. Viitattu 25.5.2014.
<http://www.marinediesel.fi>

Rolls-Royce. 2012. Konehuoneen kunnossapito; Kansikoneet. Rauma.

Tilastokeskuksen www-sivut 2014. Viitattu 25.5.2014. www.stat.fi

Ylikoski, T. 1999. Unohtuiko asiakas? Helsinki. Otavan kirjapaino Oy.

MARINE DIESEL FINLAND OY ASIAKASTYYTYVÄISYYSKYSELY

Hei!

Opiskelen Satakunnan ammattikorkeakoulun Rauman merenkulun yksikössä merenkulkualan insinöörin koulutusohjelmassa. Teen lopputyönä tutkimusta Marine Diesel Finland Oyn asiakastyytyväisyydestä.

Ohessa on linkki tutkimukseen, johon vastataan nimettömänä. Vastaajien nimiä, laivoja eikä yhtiöitä julkaista tutkimuksessa.

Toivon mahdollisimman paljon vastauksia, koska täten opinnäytetyöstä tulee todennukaisempi. Kysymyksiin vastataan sekä rasti ruutuun, että vapaamuotoisesti kommentoiden. Tarvittaessa voitte myös kirjoittaa suoraan sähköpostiini.

Pyytäisin vastaamaan kyselyyn **20.04.2014** mennessä.

Kiitän jo etukäteen vastauksistanne ja vaivannäöstänne!

Linkki kyselyyn:

<http://goo.gl/fZK11T>

(Paina CTRL näppäin pohjaan ja klikkaa linkkiä tai kopioi se selaimen osoitekenttään.)

Ystävällisin terveisin Marko Aaltonen

marko.aaltonen@student.samk.fi

Puh. xxx xxxxxx

MARINE DIESEL FINLAND OY CUSTOMER SATISFACTION SURVEY

Hi,

My name is Marko Aaltonen and I am studying in Maritime Engineering at Satakunta University of Applied Sciences. Marine Diesel Finland's customer satisfaction query is a part of my Bachelor's Thesis.

Below is a link to the survey. I will not publish respondents' names, vessels and companies in my thesis and thus answers will be handled anonymously.

I hope to get several answers as then my thesis will be as realistic as possible.

Question format is mainly multiple choice, with a couple of free answers. You may also send me an email.

I request you to answer the survey by **20.04.2014**.

I would like to thank You in advance for Your time and answers!

Link to survey:

<http://goo.gl/BZyTZ7>

(Press down CTRL-button and click link or copy it to browser address bar)

With best regards

Marko Aaltonen

marko.aaltonen@student.samk.fi

Tel. xxxx xxxxxx

1. Tehtävänne yhtiössä tai laivalla:* _

- ☐ Konepäällikkö / konemestari
- ☐ Tarkastaja
- ☐ Jokin muu, mikä?
- ☐ Other:

2. Mitä Marine Dieselin palveluita käytätte useimmin?* _

- ☐ Määräaikaishuolto
- ☐ Ennakoivahuolto
- ☐ Odottamaton vika/vaurio
- ☐ Käyttöönottotehtävät
- ☐ Koneistuspalvelut
- ☐ Jokin muu, mikä?
- ☐ Other:

3. Kuinka usein käytätte Marine Dieselin palveluita?* _

- ☐ Useammin kuin kerran kuukaudessa
- ☐ Kerran kuukaudessa
- ☐ Kerran puolessa vuodessa
- ☐ Kerran vuodessa
- ☐ Harvemmin

4. Mitkä asiat saavat teidät käyttämään Marine Dieselin palveluita?* _

- ☐ Hinta
- ☐ Ammattitaito
- ☐ Työn laatu
- ☐ Palvelujen laajuus
- ☐ Nopea toimitus
- ☐ Jokin muu, mikä?
- ☐ Other:

5. Miten arvioitte Marine Dieselin asiakaspalvelun?* _

- ☐ Erittäin hyvä
- ☐ Hyvä
- ☐ Tyydyttävä
- ☐ Huono

- ☐ Erittäin huono
- ☐ En osaa sanoa

6. Vastasiko tarjous teknisesti tarpeitanne?* _

- ☐ Täysin
- ☐ Osittain
- ☐ Vähän
- ☐ Ei lainkaan

7. Täyttääkö Marine Dieselin työnjälki ja laatu odotuksenne?* _

- ☐ Erittäin hyvin
- ☐ Hyvin
- ☐ Tyydyttävästi
- ☐ Huonosti
- ☐ Erittäin huonosti
- ☐ En osaa sanoa

8. Miten arvioitte Marine Dieselin hinta-laatusuhteen?* _

- ☐ Erittäin hyvä
- ☐ Hyvä
- ☐ Tyydyttävä
- ☐ Huono
- ☐ Erittäin huono
- ☐ En osaa sanoa

9. Miten arvioitte Marine Dieselin henkilökunnan ammattitaidon?* _

- ☐ Erittäin hyvä
- ☐ Hyvä
- ☐ Tyydyttävä
- ☐ Huono
- ☐ Erittäin huono
- ☐ En osaa sanoa

**10. Mitä uusia asioita haluaisit esitettävän Marine Diesel Finland:n nettisivuilla?
www.marinediesel.fi**

11. Mitä uusia palveluita haluaisitte Marine Dieselin tarjoavan?

12. Suositteletko Marine Diesel Finlandia muille?* _

- ☐ Kyllä
- ☐ Ehkä
- ☐ En
- ☐ En osaa sanoa

13. Avoin palaute